

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM
TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT
DI MASA COVID-19



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Gilang Widamar Fathoni


1412306024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021

Jurnal Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI MASA COVID-19, diajukan oleh Gilang Widamar Fathoni, NIM 1412306024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual/Anggota


Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.
NIP 19870103 201504 1 002



ABSTRAK

PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI MASA COVID-19

Oleh: Gilang Widamar Fathoni

Pandemi COVID-19 banyak merubah banyak hal, beberapa masyarakat mulai melakukan adaptasi kebiasaan baru dengan menerapkan protokol dan menjaga kesehatan. Hal ini perlu dilakukan agar masyarakat dapat menyikapi keadaan dengan baik. Namun sebagian masyarakat ada yang belum paham akan protokol dan cara beradaptasi kebiasaan baru. Banyak perilaku sosial masyarakat yang terjadi, mulai dari perilaku baik, perilaku konyol, hingga perilaku yang kurang baik. Perilaku ini muncul karena adanya faktor-faktor yang menyebabkannya, antara lain: faktor kesehatan, faktor ekonomi, faktor lingkungan, dan faktor sosial itu sendiri. Dari beberapa faktor ini akan diwakili dengan tujuh cerita kejadian yang diangkat.

Tugas akhir ini memilih cerita bergambar sebagai cara dalam menyampaikan pesan. Dalam perancangan ini cerita didapatkan melalui melihat berita, melihat kejadian secara langsung dan mendengar cerita dari pelaku terdampak COVID-19. Cerita-cerita tersebut bersumber dari berbagai pengalaman seseorang, sehingga membuat komik tampak asli dan beragam. Harapannya, komik Instagram ini dapat memperliatkan penerapan protokol dan cara masyarakat beradaptasi dengan keadaan pandemi COVID-19. Komik Instagram ini menerapkan visual gambar kartun dengan garis tidak rapi dan menggunakan warna yang cenderung cerah untuk memberi kesan segar dan semangat. Sisi verbal, yaitu bahasa, menggunakan bahasa pergaulan di Daerah Istimewa Yogyakarta (Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia yang dicampur).

Perancangan komik Instagram ini bermaksud memberi pemahaman tentang perilaku baru ketika masa pandemi COVID-19. Pemahaman ini menjadi sarana informasi pentingnya menjaga kesehatan dan menerapkan protokol. Dengan menggunakan media komik Instagram mengenai perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19, nantinya target audience dapat lebih mengerti tentang protokol dan dapat beradaptasi dengan kebiasaan baru pada normal baru.

Kata Kunci: Perilaku Sosial, Pandemi, COVID-19, Protokol, Adaptasi, Komik.

ABSTRACT

DESIGN OF INSTAGRAM COMICS ABOUT COMMUNITY SOCIAL BEHAVIOR IN THE TIME OF COVID-19

By: Gilang Widamar Fathoni

The COVID-19 pandemic has changed many things, some people have started to adapt new habits by implementing protocols and maintaining health. This needs to be done so that the community can respond to the situation well. However, some people do not understand the protocol and how to adapt to new habits. There are many social behaviors that occur, ranging from good behavior, silly behavior, to bad behavior. This behavior arises because of the factors that cause it, including: health factors, economic factors, environmental factors, and social factors themselves. Of these several factors will be represented by seven stories of events that are raised.

This final project chooses a picture story as a way of conveying the message. In this design, stories are obtained through viewing news, seeing events firsthand and hearing stories from actors affected by COVID-19. These stories come from a variety of people's experiences, thus making the comics look original and varied. The hope is that this Instagram comic can use the application of protocols and the way people adapt to the COVID-19 pandemic. This Instagram comic applies cartoon image visuals with untidy lines and uses colors that tend to be bright to give a fresh and uplifting impression. The verbal side, namely language, uses social language in the Special Region of Yogyakarta (mixed Javanese and Indonesian).

The design of the Instagram comic is intended to provide an understanding of new behavior during the COVID-19 pandemic. This understanding becomes a means of informing the importance of maintaining health and implementing protocols. By using the Instagram comic media regarding social behavior during the COVID-19 pandemic, later the target audience can understand more about protocols and can adapt to new habits to the new normal.

Keywords: Social Behavior, Pandemic, COVID-19, Protocol, Adaptation, Comics.

A. Latar Belakang

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah virus mematikan yang menyebar ke banyak negara di dunia dan menjadi bencana *global*. Penularannya yang mudah, membuat penyebaran virus ini begitu cepat. Banyak penduduk bumi yang terkena COVID-19, bahkan tidak sedikit di antaranya menjadi korban jiwa. Walau COVID-19 sangat mematikan, namun tidak sedikit pula yang berhasil sembuh dari virus ini. Semenjak awal penyebaran COVID-19 di Indonesia, pemerintah memberikan protokol serta himbauan untuk belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah. Sampai akhirnya muncul istilah “*stay at home*” (tinggal di rumah). Selain itu masyarakat juga dianjurkan untuk menjaga kebersihan dan kesehatan, contohnya dengan mengenakan masker ketika terpaksa harus ke luar rumah serta rajin-rajin mencuci tangan. Seiring berjalannya waktu mulai muncul banyak perbedaan pandangan serta pemikiran terjadi di lingkungan sosial masyarakat.

Perbedaan kebutuhan hidup seringkali membuat masyarakat memiliki perbedaan pandangan dalam mengambil keputusan. Banyak masyarakat saling tidak suka dan saling menyalahkan satu sama lain karena keputusan yang diambil berbeda. Beberapa keputusan dianggap dapat mempermudah penyebaran COVID-19 masuk ke wilayah mereka. Protokol kesehatan yang telah diberlakukan di berbagai tempat, belum dapat menggugah beberapa masyarakat untuk mengikuti protokol tersebut karena satu dan lain hal. Selain kelompok masyarakat yang bersikap apatis, ada pula masyarakat yang terlalu paranoid. Ketakutan yang berlebihan dikhawatirkan dapat membuat masyarakat lebih mudah terkena *hoax* dan menyebarkan ketakutan kepada orang lain. Kedua contoh masyarakat tersebut muncul karena minimnya informasi tentang peristiwa atau kejadian apa saja yang sudah terjadi selama masa pandemi. Meski begitu di sisi lain masih banyak masyarakat yang bersikap tenang dan tetap menjaga diri sesuai protokol kesehatan serta melakukan hal bersifat produktif contohnya masyarakat yang berhasil adaptasi dengan situasi dan memaksimalkan keahliannya dengan tetap menjalankan protokol yang berlaku. Sebagian besar dari mereka adalah remaja yang sudah menginjak usia dewasa, banyak yang memulai usaha baru atau melakukan hobi baru.

Remaja serta orang dewasa juga memiliki peran penting selama masa pandemi COVID-19. Remaja serta orang dewasa dianggap memiliki energi serta ketahanan tubuh yang lebih baik dari pada lanjut usia maupun anak-anak. Selain itu mereka juga lebih cepat dalam menyerap informasi mengenai COVID-19. Namun remaja sering melakukan hal-hal yang sedikit menyimpang serta beresiko dan cenderung tidak terlalu suka diatur. Terkadang mereka memiliki keinginan untuk melawan dan bersikap apatis, dua hal tersebut merupakan karakter dari remaja (Soerjono Soekanto, 1987:356). Apabila tidak diarahkan dengan baik, maka sikap tersebut dapat menimbulkan perlawanan dan pemberontakan dan akhirnya mengarah pada penyimpangan sosial yang memiliki resiko tinggi. Diperlukan sebuah arahan yang baik, agar dapat meminimalisir penyimpangan perilaku sosial. Selain itu, upaya dilakukan agar tidak terjadi lonjakan kasus COVID-19 serta munculnya gelombang kedua setelah pemberlakuan normal baru.

Mengamati perkembangan penanganan COVID-19 di DIY, normal baru sedikit memberi ruang pada masyarakat yang harus bekerja di luar rumah, contohnya ojek *online*, pegawai pusat perbelanjaan, tempat hiburan, serta tempat penginapan. dari sebagian masyarakat, normal baru seakan menyerupai situasi sebelum terjadinya pandemi. Dari situlah tidak sedikit masyarakat meragukan efek berbahaya dari virus tersebut. Telah terjadi kesalah pahaman persepsi didalam komunitas yang menterjemahkan *new normal* sebagai sebuah kondisi telah kembali normal. <https://www.dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/survey-respon-masyarakat-terhadap-covid-19> diakses tanggal 14 Febuari 2021. Meski begitu banyak juga masyarakat yang bijak dengan memanfaatkan ruang tersebut untuk menjalankan hobi baru, atau memulai usaha baru. Banyak orang yang sudah dapat beradaptasi, namun tidak sedikit juga yang masih terjebak dalam situasi. COVID-19 mengubah berbagai macam tatanan kehidupan dalam waktu singkat. Perilaku sosial masyarakat akan selalu berbeda-beda, tergantung individu masing-masing. Perilaku yang diharapkan paling tidak, adalah perilaku menghargai diri sendiri dan menghargai antar sesama. Perilaku tersebut jika diterapkan terus-menerus akan memunculkan kebiasaan baik. Dalam situasi pandemi banyak kebiasaan yang sudah mulai berubah, baik itu bersifat sementara atau jangka panjang. Perilaku menghargai diri

sendiri ataupun menghargai orang lain memang memerlukan kesadaran dan keinginan dari setiap pribadi masyarakat itu sendiri.

Menurut Sztompka, masyarakat pada dasarnya memang akan selalu mengalami perubahan. Masyarakat tidak bisa dibayangkan sebagai keadaan yang tetap, melainkan sebagai proses yang senantiasa berubah sesuai dengan derajat kecepatan, intensitas, irama, serta tempo yang berbeda-beda tiap individunya (<https://lombokpost.jawapos.com/opini/15/07/2020/perubahan-sosial-di-era-pandemi/> diakses 20 September 2020). Latar belakang manusia yang berbeda-beda akan menghasilkan cara bermasyarakat yang berbeda pula. Masyarakat memiliki struktur dan lapisan (*layer*) yang bermacam-macam, beragam struktur serta lapisan masyarakat tergantung pada kompleksitas masyarakatn itu sendiri. rumit. Kompleks masyarakat juga ditentukan oleh ragam budaya dan proses-proses sosial yang dihasilkan. Semakin masyarakat itu kaya dengan kebudayaan, maka semakin rumit proses-proses sosial yang dihasilkan (Bungin,2006:67).

Perencanaan ini akan memuat peristiwa yang dialami masyarakat ketika masa pandemi COVID-19, serta cara mereka beradaptasi. Dimana ujungnya adalah terciptanya rasa nyaman dan kedamaian yang lebih luas antar masyaraat. Menurut Sumbo Tinarbuko, konsep serta karya desain komunikasi visual senantiasa membawakan pesan etika dan moralitas kehidupan manusia sebagai ilmu pengetahuan (2015: 22). Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka diperlukan sebuah media informatif yang menarik. Pemilihan media komik dirasa tepat karena komik dapat berkisah (bercerita). Tidak hanya mengusung bahasa keindahan visual gambar ilustrasi tapi juga dalam teks atau tipografi yang ada di dalamnya. Dari situlah menjadi sangat wajar ketika saat ini komik edukasi menjadi *trend* bagi para komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan lewat media komik. Baik itu edukasi dalam bidang ilmu pengetahuan alam, social, politik, bahkan moral, atau agama (Maharsi, 2014:24).

Pemilihan komik *online* menjadi hal yang dirasa tepat, karena karakter media tersebut sangat memungkinkan untuk diakses secara cepat. Selain itu pandemi memaksa banyak masyarakat untuk menjadi lebih intens dengan

gadget (alat komunikasi elektronik). Dengan banyaknya fitur sosial media, serta pembelian barang dan pembayaran secara *online* membuat masyarakat sangat bergantung pada *gadget* mereka. Akhirnya masyarakat menghabiskan sebagian waktu di depan layar *gadget* mereka. Perkembangan teknologi menjadikan kebutuhan untuk berinteraksi dapat dipenuhi hanya dengan memanfaatkan teknologi (Martono, 2016:7). Perancangan komik *online* dirasa tepat untuk situasi pandemi COVID-19 saat ini. Beberapa karakter juga akan dibuat untuk mewakili sudut pandang yang ada pada masyarakat selama masa pandemi. Jika informasi seputar perilaku sosial masyarakat di masa pandemi dapat diserap dengan baik, diharapkan dapat menjadi penengah atas berbagai pendapat masyarakat dan timbul rasa peduli terhadap kesehatan diri sendiri serta orang lain. Sehingga muncul rasa menghargai satu sama lain, selanjutnya menjadi pembelajaran mengenai permasalahan yang ada selama masa pandemi. Dengan media komik *online* ini diharapkan pesan yang dibawakan dapat diterima dengan baik terutama untuk generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komik *online* mengenai perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19, agar informatif, edukatif sekaligus menarik dalam visual dan penyampaian?

C. Tujuan Perancangan

Merancang komik perilaku sosial masyarakat di masa pandemi yang menarik sekaligus mudah diakses oleh masyarakat. Diharapkan dengan komik *online* yang bercerita tentang perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19 ini dapat memperlihatkan sisi sosial yang unik dari masyarakat di masa pandemi COVID-19 serta meyakinkan masyarakat untuk berani adaptasi.

D. Batasan Perancangan

Demi menghindari lingkup pembahasan yang terlalu meluas, maka perlu adanya batasan dalam perancangan. Perancangan komik ini akan berfokus pada penciptaan komik *online*. Komik ini membahas perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19. Mengambil latar di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat

Menambah wawasan pengetahuan mengenai perilaku sosial masyarakat khususnya yang terjadi di masa pandemi COVID-19.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Dapat menjadi sebuah referensi kepustakaan bagi kalangan akademik mengenai komik *online*.

3. Bagi Institusi

Menambah khasanah keilmuan berlatar belakang sosial yang membahas perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19. Diharapkan nantinya komik tentang perubahan sosial di era pandemi dapat membantu menambah referensi.

F. Metode Perancangan

Dalam perancangan ini akan digunakan metode pendekatan kualitatif yang mana hasil datanya berupa deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan untuk membuat perancangan komik. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Metode Pengumpulan Data

Tahapan ini adalah mencari tahu lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi dengan cara melihat kondisi dan keadaan di lapangan. Mencari sumber-sumber data melalui wawancara dengan para pelaku terdampak COVID-19 dari berbagai bidang terkait, serta literatur yang berhubungan dengan perancangan. Pengumpulan data-data visual, yaitu gambar-gambar relevan yang membantu perancangan.

a. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan daftar referensi dari semua jenis referensi seperti buku, jurnal, artikel, tesis, skripsi, internet, dan karya ilmiah lainnya yang dikutip untuk keperluan penulisan perancangan.

b. Observasi

Observasi merupakan aktifitas mengamati suatu objek atau proses untuk kemudian ikut merasakan dan memahami pengetahuan dari sebuah kejadian atau fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan

yang sudah dipelajari sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan dalam penulisan perancangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan aktifitas mengumpulkan data visual dan menyediakan bukti keterangan seperti gambar, video, bukti tulis cetak dan referensi lainnya.

d. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab peneliti dengan narasumber yang dilakukan secara langsung, dengan tujuan mendapatkan informasi terkait mengenai perancangan yang sedang dibuat.

2. Metode Identifikasi Data

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama agar terorganisir dan disajikan dalam bentuk sederhana. Analisis SWOT akan mempelajari strategi solid untuk memprioritaskan hal apa yang perlu dilakukan dan dikerjakan untuk mengembangkan perancangan Komik Instagram Tentang Perilaku Sosial Masyarakat di Masa COVID-19. Analisis perancangan komik *online* ini adalah sebagai berikut:

1) *Strength* (Kekuatan)

Strength atau kekuatan atau poin positif dari apa yang akan dibuat.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi kekuatan perancangan ini.

3) *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal dalam media perancangan yang cenderung berkontribusi pada keberhasilan perancangan.

4) *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan dan harus dipertimbangkan demi memperoleh rencana untuk menangani masalah darurat yang terjadi.

b. Analisis 5W+1H

Analisis 5W+1H digunakan untuk memaksimalkan dalam mencari strategi dalam menghadapi permasalahan yang muncul pada proses perancangan. Metode ini juga digunakan sebagai dasar objek perancangan yang kemudian dari metode tersebut dapat menentukan komik yang menarik dan komunikatif.

- 1) (*What*) Bentuk perancangan seperti apa yang akan harus dibuat?
- 2) (*Why*) Kenapa perancangan ini perlu dibuat?
- 3) (*Where*) Dimana perancangan ini diaplikasikan?
- 4) (*When*) Kapan perancangan ini dipublikasikan?
- 5) (*Who*) Siapa target dari perancangan ini?
- 6) (*How*) Bagaimana perancangan ini memenuhi tarrget?

3. *Brainstroming* dan Ideasi

- a. Tahapan *brainstroming* mengupayakan pencarian penyelesaian dari suatu masalah tertentu dengan mengumpulkan gagasan secara spontan dari beberapa orang yang dianggap memiliki kapasitas pengetahuan tema terkait perancangan.
- b. *Brainstroming* digunakan untuk mengeluarkan ide dari setiap pihak yang telah ditentukan dengan secara terstruktur dan sistematis, untuk menggali ide kreatif atau solusi alternatif.
- c. Pada tahap *brainstroming* dimungkinkan untuk menggali inspirasi, memperluas wawasan, pembelajaran dalam mengambil keputusan hingga akhirnya memunculkan kesimpulan yang akan diambil.

PEMBAHASAN

A. Tujuan Perancangan

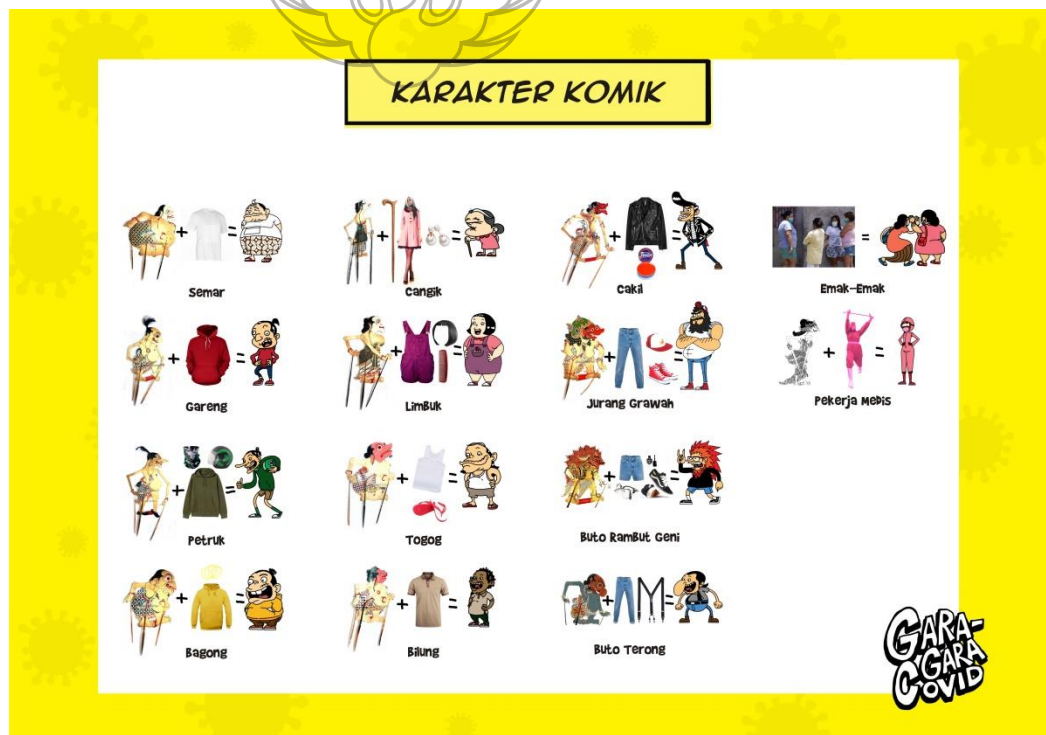
Merancang komik Instagram tentang perilaku sosial di masa COVID-19 yang menarik secara visual namun tetap informatif dan edukatif.

B. Strategi Perancangan

Pada perancangan komik Instagram ini, terdapat unsur verbal dan unsur visual. Unsur verbal berperan sebagai penunjang komunikasi visual, verbal pada komik ini menggunakan bahasa pergaulan di Daerah Istimewa Yogyakarta (Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia) supaya cerita yang disampaikan lebih dekat dengan target sasara. Sedangkan unsur visual komik ini menggunakan tokoh wayang yang dikartunkan sehingga menjadi nilai tambah yang menarik bagi target sasaran. Pada proses visualisasi unsur visual dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Studi Visual Karakter

Karakter dalam komik ini walaupun digambarkan menjadi manusia namun tetap dideformasikan secara kartun dengan tetap meyerupai bentuk wayang kulitnya.

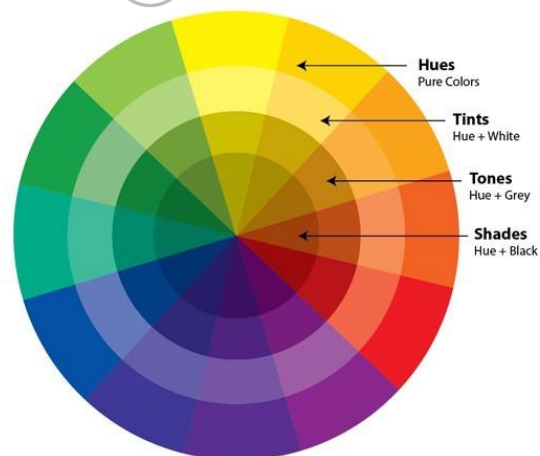


2. Studi Visual Lokasi



3. Studi Visual Warna

Pewarnaan ini menggunakan jenis warna heus dengan perpaduan warna *tints*, *tones* dan *shades* untuk membentuk suasana, warna yang natural dan cerah memberikan kesan ceria dan kesan semangat pada komik ini.



Palet Warna
(Sumber: Google)

4. Studi Visual Tipografi

a. Anime Ace

Huruf *Anime Ace* digunakan untuk teks balon percakapan serta teks narasi pada komik.

NEW NORMAL

Huruf *Anime Ace*

b. Brady Bunch Remasteret

Huruf *Brady Bunch Remasteret* digunakan untuk judul tiap cerita pada komik.

CORONA

Huruf *Brady Bunch Remasteret*

c. Grinched

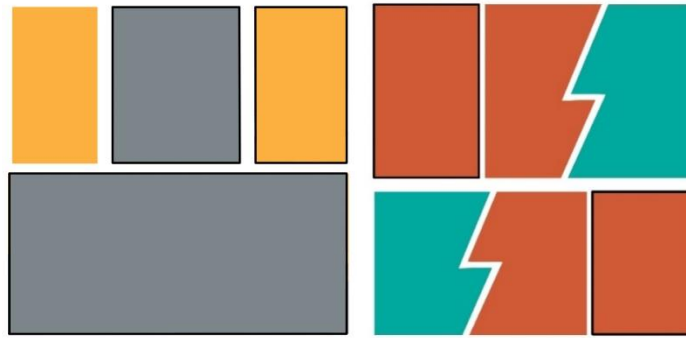
Grinched digunakan pada bunyi huruf komik dengan ukuran yang bermacam, selain itu huruf *Grinched* digunakan didalam teks balon percakapan bernada keras pada komik.

MASUK ANGIN!

Huruf *Grinched*

5. Studi Visual Panel

Pada komik Instagram ini panel yang sering digunakan berbentuk persegi/persegi panjang berjumlah 3-6 panel pada setiap halamannya karena bidang yang digunakan untuk *feed* Instagrm berbentuk kotak persegi.



Studi Visual Panel
(Sumber: Dokumen Gilang W. Fathoni)

6. Studi Visual Balon Kata



Studi Visual Balon Kata
(Sumber: Dokumen Gilang W. Fathoni)

Visualisasi



MEDIA PENDUKUNG

KOMIK OFFLINE



KOMIK CETAK



KOMIK PDF

POSTER



POSTER 16 STORIES & POSTER FEED



POSTER CETAK A3

STIKER



STIKER QR CODE



STIKER LOGO 60C



PEMETAAN PIKIRAN





Kesimpulan

Pandemi COVID-19 merupakan sebuah situasi yang muncul untuk memperbarui situasi di bumi. Dengan berbagai kejadian yang ada ketika pandemi COVID-19 berlangsung membuat berbagai hal dapat berubah. Salah satu perubahan yang terjadi adalah perilaku sosial masyarakat yang diakibatkan oleh banyaknya perubahan yang ada seperti perubahan ekonomi, perubahan kebijakan, perubahan lingkungan dan perubahan jumlah penduduk. Hakekatnya, perilaku sosial masyarakat menjadi hal yang mempengaruhi masyarakat yang lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Masyarakat memiliki perilaku sosial yang berbeda-beda namun kebanyakan masyarakat sangat terpengaruh pada situasi lingkungan sekitarnya.

Data cerita pada perancangan ini didapatkan secara empiris melalui mengamati secara langsung dan ikut merasakan selain itu juga banyak informasi yang didapat melalui internet serta buku. Disini proses meneliti permasalahan cukup memakan banyak waktu karena banyak kejadian berlangsung pada tahap yang berbeda dari mulai pandemi sampai *new normal*. Selain itu cara pandang masing-masing individu mengharuskan penulis harus tetap ada di tengah dan mencoba memahami posisi narasumber. Dari banyaknya informasi yang didapat, karena persoalan waktu akhirnya semua dirangkum pada tujuh cerita komik. Tujuh cerita komik ini mewakili beberapa perilaku sosial masyarakat yang terjadi ketika masa pandemi COVID-19. Perilaku sosial masyarakat yang diangkat adalah perilaku yang dapat menerima keadaan dan mau beradaptasi dengan situasi pandemi COVID-19.

Komik Instagram ini memberikan sajian visual gaya gambar kartun dengan goresan garis tidak setabil namun menggunakan teknik digital agar memberi kesan tidak kaku. Dalam segi pewarnaan komik menggunakan warna yang cenderung cerah untuk membuat kesan ceria dan semangat pada komik. Warna tersebut sesuai konsep dan tujuan yang diharapkan, karena komik ini bermaksud untuk memberikan semangat dan keceriaan pada masyarakat agar berani beradaptasi. Sisi verbal, yaitu bahasa, menggunakan

bahasa pergaulan di Daerah Istimewa Yogyakarta (Bahasa Jawa yang dicampur Bahasa Indonesia). Dengan penyampaian visual yang menarik dan bahasa daerah keseharian diharapkan komik ini terasa dekat dengan target *audience* sehingga informasi dalamnya mampu menjadi pengingat akan protokol kesehatan dan menjadi stimulan masyarakat untuk berani beradaptasi dengan kebiasaan baru.

Saran

Cerita tentang perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19 yang terdapat pada komik ini baru sebagian kecil dari cerita-cerita yang ada. Masih banyak cerita yang perlu diangkat untuk melengkapi informasi tentang perilaku masyarakat di masa pandemi COVID-19 terutama yang berhasil beradaptasi. Contohnya adalah orang yang berhasil memanfaatkan keadaan secara positif dan mendapatkan hasil, seperti menjalankan hobinya hingga memperoleh penghasilan atau berolahraga dan mendapat tubuh yang ideal.

Mungkin ke depannya komik yang dibuat lebih banyak dan lebih memperlihatkan pribadi setiap karakter seperti status sosial, hubungan, watak dan sifat mereka.

Daftar Pustaka

Buku

- Anies. (2020). *COVID-19: Seluk Beluk Corona Virus*. Yogyakarta: Arruzz Media.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Maharsi, Indiria. (2011). *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas*. Yogyakarta: Kata Buku.
- Maharsi, Indiria. (2014). *Komik*. Yogyakarta: ISI Yogyakarta
- Maharsi, Indiria. (2017). *Bincang Komik indonesia*. Yogyakarta: DKV Yogyakarta.
- Marliani, Rosleny. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Martono, Nanang.(2011). *Sosilologi Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- McCloud, Scott. (1993). *Understanding Comics*. S. Kinanti, (Penerjemah). New York: Harper Collins Publishers.
- McCloud, Scott. (2007). *Membuat Komik*. Alpha Febrianto (penerjemah). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pareno, Sam. (2013). *Komunikasi ala Punakawan & Abunawas*. Yogyakarta: Baraka Grafika Yogyakarta.
- Pasha, Lukman. (2011). *Buku Pintar Wayang*. Yogyakarta: IN AzNa Books.
- Sayuti, Sumianto. (2017). *Berkenalan dengan Prosa Fiksi*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Tinarbuko, Sumbo.(2015).*DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Webtografi

<https://covid19.go.id/p/berita/semangat-pengelola-medsos-yogya-lakukan-gotong-royong-virtual-akhiri-covid-19>

<https://himpsi.or.id/blog/materi-edukasi-covid-19-5/post/perubahan-perilaku-sebagai-respon-terhadap-wabah-covid-19-127>

<http://kagama.co/banyak-perilaku-sosial-baru-di-masa-pandemi-covid-19-desa-perlu-buat-pranata-sosial>

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pandemi>

<https://lombokpost.jawapos.com/opini/15/07/2020/perubahan-sosial-di-era-pandemi/>

<https://tirto.id/dampak-oversharing-di-medsos-berpengaruh-baik-buruk-pada-karier-gapt>

<https://ugm.ac.id/id/berita/19394-covid-19-bentuk-perilaku-baru> diakses tanggal

<https://www.beritasatu.com/nasional/710729/warga-kota-yogya-masih-enggan-ubah-perilaku>

<https://www.instagram.com/p/CG17WeVAYXv/>

<https://www.kompas.tv/article/141304/sosiolog-untan-pandemi-covid-berpotensi-pengaruhi-perilaku-sosial>

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/28/183432569/teori-perilaku-manusia>

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/02/17/150034769/pelaksanaan-sikap-toleransi>

Daftar Narasumber

Agni Rahayuningsih, 2020, Desa Banyuraden.

Agus, 2020, Desa Banyuraden.

Antok Budi Purnomo, 2020 Desa Banyuraden.

Andika, 2020, Aplikasi Spoon.

FX. Widyatmoko, M.Sn , 2021 Kampus ISI Yogyakarta.

Gayoh, 2021, Desa Bangunjiwo.

Getik, 2021, Desa Banyuraden .

Gusta Purnama Putra, 2020, Desa Banyuraden.

Hadi Istanto, 2020, Desa Banyuraden.

Heru Purnomo, 2020, Deasa Banyuraden.

Tera Bajraghosa, M. Sn., 2020, Kampus ISI Yogyakarta .

Jevon Kusnaedi, 2020, Desa Banyuraden.

Roni Ardiatama, 2021, Desa Bangunjiwo.

Satriadi Iswara, 2020, Desa Ngestiharjo.

Susiyo Guntur, 2020, Desa Bangunjiwo.

Pampam, 2021, Desa Bangunjiwo.

Verdian Tri Ristanto, 2020, Desa Ngestiharjo.